

міки, проте при виникненні загрозливих тенденцій на інтегрованому ринку, засоби валютного контролю не можна вважати достатньо ефективними, проте сам по собі більш інтегрований ринок мінімізує ризик виникнення таких загрозливих тенденцій. Слід також зазначити, що при виникненні слабких сигналів достатньо інтегрований ринок може невчасно зреагувати, що порушить рівновагу в реальному секторі, таким чином, теоретичні розробки, що спрямовані на вирішення зазначеної проблематики повинні тривати.

Утина Е. О.

аспирант, Самарский государственный экономический университет

ЗНАЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КОММЕРЧЕСКОГО КОНТРАКТА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе развития международных связей и увеличения числа участников внешнеэкономической деятельности международные коммерческие контракты приобретают важное практическое значение.

Основным направлением международной экономики является интенсификация обменов товарами и услугами между производителями и потребителями из различных стран: например, современный россиянин работает в белорусской компании, отдыхает в Египте, продает продукт своей интеллектуальной деятельности в США, покупает недвижимость в Испании и т. д. Все эти повседневные экономические операции нуждаются в правовом сопровождении и становятся реальными лишь после правового оформления¹.

Современное гражданское законодательство Российской Федерации не содержит определений международного коммерческого контракта и предпринимательского договора. Но Гражданский кодекс РФ² (далее – ГК РФ) все же закрепляет конструкцию договора, как соглашения.

Объективной предпосылкой предпринимательского договора служат опосредуемые гражданским правом отношения по

¹ См.: Нешатаева Т. Н. Международные коммерческие сделки: правовое регулирование и судебная практика // Арбитражная практика. 2002. № 5. С. 57.

² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

осуществлению предпринимательской деятельности с теми ее чертами, которые предопределяют юридические особенности предпринимательского договора¹.

Признаками, отличающими предпринимательский договор от иных договорных конструкций, являются: цель (извлечение прибыли), субъектный состав (субъекты предпринимательской деятельности), возмездность².

По своей природе международный коммерческий контракт наиболее близок гражданско-правовому договору, оформляющему экономический оборот в пределах одного государства, т. е. конструкция предпринимательского и гражданско-правового договора выступает основой международного коммерческого контракта, в частности, для Российской Федерации.

Понятие международной сделки, которая включает в себя два иностранных элемента: субъект (по признаку domicilia – местонахождения) и объект (предмет) коммерческой сделки появилось в первой половине прошлого века³.

В то же время международный коммерческий контракт имеет ряд особенностей и отличий.

«Несмотря на многолетний опыт осуществления российскими предпринимателями права самостоятельного выхода на международный рынок, по-прежнему допускаются ошибки при заключении и формировании условий внешнеторговых контрактов ввиду несерьезного и невнимательного подхода к данному вопросу»⁴.

В науке международного частного права не существует унифицированного определения «международного коммерческого контракта».

Чтобы коммерческий контракт был признан международным, необходимо наличие в совокупности двух признаков – одного основного и одного из трех дополнительных. Основной признак: расположение на территории различных государств главных коммерческих предприятий контрагентов: продавца и покупателя.

¹ См.: Яковлев В. Ф. Понятие предпринимательского договора в российском праве // Журнал российского права. 2006. № 3. С. 45-48.

² См.: Казанцев М. Ф. Договорное регулирование. Цивилистическая концепция. Екатеринбург, 2005. С. 56.

³ См.: Нешатаева Т. Н. Указ соч. С. 58.

⁴ Каткова Л. В., Блеклов А. В. Проблемы формирования отдельных условий внешнеторговых контрактов // Таможенное дело. 2007. № 2. С. 43.

«Дополнительный признак – на территории различных государств должны находиться пункты: отправления и назначения проданного товара; совершения оферты и акцепта; заключения и исполнения договора»¹.

Гаагская конвенция 1955 г. о праве, применимом к международной купле-продаже товаров, впервые в истории международного частного права признала на межгосударственном уровне сам факт существования международной купли-продажи товаров².

Согласно требованиям Венской конвенции ООН 1980 г. международный характер присущ тем коммерческим контрактам, стороны которых имеют свои коммерческие предприятия на территории разных государств (п. 1 ст. 1). Ни национальная принадлежность сторон, ни их гражданский или торговый статус, ни гражданский или торговый характер договора не принимаются во внимание (п. 3 ст. 1)³.

Таким образом, современное понимание характера международного контракта (т. е. заключение в коммерческих целях, а не с целью индивидуального потребления) включает в себя иностранный элемент в виде нахождения коммерческих предприятий продавца и покупателя на территории разных государств.

В международном экономическом обороте постоянно заключается большое количество сделок по поводу обмена предметами предпринимательской деятельности, дозволенными к такому обмену национальным законодательством и международными конвенциями.

Показательным примером такой взаимосвязи предпринимательского договора и международного коммерческого контракта является договор международного франчайзинга при осуществлении предпринимательской деятельности.

В России правовое регулирование отношений франчайзинга осуществляется путем регламентации договора коммерческой концессии в нормах главы 54 ГК РФ⁴.

¹ Внешнеторговые контракты. Виртуальная таможня // <http://www.vch.ru>.

² См.: Розенберг М. Г. Контракт международной купли-продажи. Современная практика заключения. Разрешение споров. М., 2007. С. 442 - 446.

³ См.: Конвенция ООН «О договорах международной купли-продажи товаров» // <http://www.siec.ru>.

⁴ См.: Каткова М. Н. Франчайзинг как способ организации и осуществления предпринимательской деятельности: понятие и правовые основы // Предпринимательское право. 2011. № 2. С. 13.

«Под «франчайзингом» в международной коммерческой практике понимается вид предпринимательской деятельности, осуществляемой на основе договора, по которому одна сторона – франчайзер – передает другой стороне – получателю франшизы, в границах определенного рынка и за вознаграждение, право использовать в предпринимательской деятельности «франшизу» – особый комплекс имущественных и неимущественных прав, который может включать в себя фирменное наименование, товарный знак, иные объекты промышленной и интеллектуальной собственности, технические знания, «ноу-хау»»¹.

Крупное предприятие (франчайзер), уже завоевавшее прочное место на рынке и имеющее известную среди потребителей торговую марку, в целях расширения сбытовой сети заключает договор с мелкой самостоятельной фирмой (франчайзи, оператор) на производство и реализацию строго оговоренных видов товаров и услуг, соответствующих стандартам качества крупной фирмы².

Классический пример международного франчайзинга – это компания «Макдоналдс». Начиная с 1955 г., Рэй Крок превратил один ресторан быстрого питания в целую сеть посредством франшизы. Он собрал все свои силы для того, чтобы этот бизнес с высокими стандартами качества и сервиса был признан во всем мире. Однако по-настоящему ценным является тот факт, что благодаря франчайзингу возможно суммировать ум и талант тысяч предпринимателей по всему миру с целью увеличения прибыльности бизнеса.

Несмотря на то, что, в целом, предпринимательский договор в отдельной национальной правовой системе и международной коммерческий контракт – это разные правовые конструкции, их объединяет общая идея – направленность на получение прибыли и координирование прав и обязанностей сторон в рамках осуществления конкретного вида деятельности. Основной задачей и предпринимательского договора, и международного коммерческого контракта является условие, чтобы эти соглашения были справедливыми и разумными и не ущемляли прав и интересов какой-либо из сторон.

¹ Ли А. Особенности международного франчайзинга // <http://art.thelibrary.ru>.

² См.: Забелин П. Е. Особенности международного франчайзинга // Государство и право: теория и практика: материалы междунар. заоч. науч. конф. Челябинск: Два комсомольца, 2011. С. 208.